

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การค้าปลีก (Retailing) เป็นธุรกิจที่มีมายาวนานในธุรกิจการค้าของประเทศไทยการค้าปลีก หมายถึง การขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยการซื้อสินค้านั้นไปเพื่อการบริโภคของตนเอง และครอบครัว หรือหมายถึงกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายเพื่อการใช้ส่วนตัว หรือหมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการโดยตรงแก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อการใช้ส่วนตัวและไม่ใช่เป็นการใช้เพื่อธุรกิจองค์ประกอบของการค้าปลีก มีดังนี้ 1. เป็นกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือการให้บริการ, 2. สินค้าหรือการบริการ และ 3. ผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งเป็นผู้ที่ซื้อสินค้าเพื่อการใช้ส่วนตัวหรือใช้ในครอบครัว ไม่ใช่การใช้เพื่อธุรกิจ การค้าปลีกแบ่งออกเป็นหลายประเภทด้วยกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาแบ่งประเภท เนื่องจากร้านค้าปลีกหนึ่ง ๆ อาจจะถูกจัดกลุ่มให้เข้าอยู่ในหลายกลุ่มในหลายประเภท เช่น ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ซึ่งสามารถจัดอยู่ในร้านค้าปลีกแบบร้านสะดวกซื้อก็ได้ เป็นร้านค้าปลีกแบบลูกซัดก็ได้ หรือเป็นร้านค้าปลีกแบบแฟรนไชส์ก็ได้ เป็นต้น

การค้าปลีกเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่ามากที่สุดในทุกประเทศ สำหรับประเทศไทยรายได้ของธุรกิจค้าปลีกจัดเป็นอันดับสองรองจากอุตสาหกรรมการผลิต การค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีมาพร้อมกับชุมชนทุกชุมชน ในปัจจุบันพัฒนาการและเทคโนโลยีการค้าปลีกมีการเปลี่ยนแปลงจากดั้งเดิมมาก โดยการค้าปลีกสมัยใหม่ได้เข้ามามีอำนาจเหนือกว่าการค้าปลีกแบบดั้งเดิมเกือบทุกกรณี ส่งผลให้การค้าปลีกแบบดั้งเดิมประสบปัญหาอย่างรุนแรง สำหรับร้านขายยาซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในธุรกิจค้าปลีกก็ประสบปัญหาเช่นเดียวกัน โดยพบว่าร้านขายยาแบบดั้งเดิมต้องปิดตัวเองลงมากมายจากเกือบสองหมื่นร้านค้าทั่วประเทศในปี 2540 ปัจจุบันเหลือที่ยังคงดำเนินการอยู่เพียงประมาณ 7,000 ร้าน และเป็นร้านขายยาสมัยใหม่ในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มากกว่า 200 ร้าน ร้านขายยาจึงเป็นตัวอย่งของร้านค้าปลีกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดเจนในแง่โครงสร้างและการบริหารจัดการ ร้านขายยามีการเปลี่ยนแปลงจากผู้ขายเป็นคนแนะนำยาอยู่หน้าร้าน เปลี่ยนมาเป็นร้านขายยารูปแบบใหม่โดยผู้บริโภค เช่น สัรวจ อ่านข้อมูลยา และตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ขนาดของตลาดยามีมูลค่า 31,260 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตร้อยละ 18.7 แบ่งเป็น

ตลาดยาในโรงพยาบาล 20,872 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 67 มีอัตราการเติบโตร้อยละ 23.2 และตลาดร้านขายยา 10,388 ล้านบาท หรือคิดเป็น 33 มีอัตราการเติบโตร้อยละ 10.6 ปัจจุบันจำนวนร้านขายยาในกรุงเทพฯมีประมาณ 3,122 ร้าน (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2550) จากการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคในร้านขายยาแบบดั้งเดิมและแบบสมัยใหม่ของบุญพิศุทธิ์ เจริญศรี (2546) พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในร้านขายยาแบบสมัยใหม่มากกว่าแบบดั้งเดิม และมีความพึงพอใจที่ร้านขายยาแบบสมัยใหม่มีสินค้าหลากหลาย สินค้ามีคุณภาพ มีสินค้าใหม่และมีความแตกต่างจากร้านอื่นๆ และร้านมีความสะอาดสวยงาม มีการจัดเรียงสินค้าที่เป็นหมวดหมู่ เป็นระเบียบ และยังมีเภสัชกรประจำที่ร้านที่คอยให้คำปรึกษาและคำแนะนำอย่างมีคุณภาพ บุคลากรในร้านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีบุคลิกลักษณะที่ดี แต่งตัวดี สะอาด เรียบร้อย มารยาทดี พุดจาไพเราะ และให้บริการลูกค้าด้วยความจริงใจ

ร้านขายยาที่เปิดหลังทศวรรษที่ 70 (ธีระ ฤกษ์จโรดม 2545: 28) เป็นร้านขายยาแบบดั้งเดิม ถือกำเนิดในบ้านตึกแถวจะเปิดในอาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่จะเป็นร้านเดี่ยวๆ คือเจ้าของคนเดียวจะทำหน้าที่ทุกอย่าง ตั้งแต่ผู้จัดการ ผู้รับใบอนุญาต ตลอดจนสั่งยาและขายยาอยู่หน้าร้าน อาจจะมีลูกน้องคนหรือสองคนถ้าเป็นร้านขายยาที่อยู่ในทำเลที่ดีๆ มีผู้คนพลุกพล่าน เช่น ใกล้ตลาดสดหรือแหล่งชุมชน ในปัจจุบันนี้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนมีการศึกษาที่ดีขึ้น มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และใส่ใจเรื่องของสุขภาพมากขึ้น ผู้บริโภคนิยมความสะดวกสบาย ร้านขายยาจึงต้องมีการพัฒนารูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ปัจจุบัน (ธีระ ฤกษ์จโรดม 2545: 30) ร้านขายยาเริ่มขยายตลาดเข้าไปขายในห้างสรรพสินค้า มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ ประเภทของสินค้ามีความหลากหลายมากขึ้น คือนอกจากจะมีผลิตภัณฑ์ยาแล้วยังมีสินค้าประเภทอื่นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม อาหารเสริม ยาลดความอ้วน มีการทำงานเป็นระบบ มีการบริหารการจัดการที่ดี และบุคลากรที่มีคุณภาพ จำนวนร้านขายยาสมัยใหม่ที่เปิดในห้างสรรพสินค้าทั่วประเทศมีมากกว่า 200 ร้าน และขยายมากขึ้นทุกที จากการวิจัยของพรเทพ อภิญาประเทือง และคณะ (2539) ได้ศึกษาร้านขายยาในประเทศไทยปี 2536 พบว่า ร้านขายยาที่เหมาะสมควรอยู่บนห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้า รองลงมาคือ ป้ายรถเมล์ สถานีจอดหรือหยุดรถไฟ และรูปแบบของธุรกิจร้านขายยาที่จะประสบความสำเร็จในอนาคตควรจะเป็นรูปแบบใหม่ ซึ่งธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาในรูปแบบใหม่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม หากไม่มีการปรับตัวภายใต้สภาวะการแข่งขันของในปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิมมีแนวโน้มสูญหายไปจากวิถีชีวิตของคนไทย และกลุ่มทุนขนาดใหญ่จะเข้ามาครอบงำและขาดการแข่งขันโดยเสรีและเสมอภาค

ธุรกิจร้านขายยาแบบดั้งเดิมประเทศไทยมีส่วนสำคัญกับวิถีชีวิตประจำวันของประชาชนคนไทยอย่างแนบแน่นทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ร้านขายยาแบบดั้งเดิมเป็นวิสาหกิจชุมชน โดยมีรูปแบบเป็นร้านค้าย่อย ห้างแถว และมาตั้งอยู่ในตลาดสดหรือชุมชน เจ้าของดูแลเอง การบริหารแบบครอบครัวและไม่มีระบบ การปิดตัวลงของร้านขายยาแบบดั้งเดิมมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตและสังคมของชุมชน ตลอดจนธุรกิจที่เชื่อมโยงเกี่ยวข้อง เช่น Supplier และผู้ผลิต เป็นต้น ในปัจจุบันร้านค้าปลีกขายยาแบบดั้งเดิมต้องปรับตัวและแข่งขันกับร้านขายยาแบบทันสมัยที่มีระบบการบริหารจัดการที่ดี และยังมีแหล่งทุนและเครือข่ายที่ได้เปรียบในการแข่งขัน ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ร้านขายยาแบบดั้งเดิมเป็นของนักธุรกิจในพื้นที่ การส่งเสริมและพัฒนาให้มีศักยภาพสามารถในการแข่งขัน จึงเป็นความจำเป็นเร่งด่วน เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในพื้นที่ และเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น ดังนั้นการศึกษา สภาพการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิมในประเทศไทย จะทำให้สามารถส่งเสริมและพัฒนาการค้าปลีกร้านขายยาได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบันที่ถูกระแสการค้าเสรี นายทุนขนาดมหิมาที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย

## 2. ประเด็นปัญหาในการวิจัย

ประเด็นที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงและแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาปัจจุบัน

2.1 ลักษณะของสภาวะการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิมในปัจจุบันเป็นอย่างไรและด้านใดบ้าง

2.2 โครงสร้างการจัดการที่เปลี่ยนแปลงไปของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิมมีลักษณะและการบริหารจัดการเป็นอย่างไร

2.3 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคาม ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม เป็นอย่างไร

2.4 ผลกระทบจากการค้าปลีกปัจจุบันก่อให้เกิดการรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจ (Cluster) ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิมเป็นอย่างไรและกระทบต่อปัจจัยอะไรบ้าง

2.5 ธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิมมี ปัญหาและอุปสรรค ความต้องการพัฒนาตนเอง และความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ อย่างไร

### 3. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 3.1 เพื่อสำรวจสภาพการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิมในปัจจุบัน
- 3.2 เพื่อศึกษาโครงสร้างการจัดการที่เปลี่ยนแปลงไปของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
- 3.3 เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคาม ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
- 3.4 เพื่อศึกษาการรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
- 3.5 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
- 3.6 เพื่อสำรวจความต้องการพัฒนาตนเองของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม
- 3.7 เพื่อสำรวจความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

### 4. ขอบเขตการวิจัย

#### 4.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้เป็น “ประชากรกลุ่มเป้าหมาย” โดยกำหนดตัวแทนมาจากร้านขายยาแบบดั้งเดิมในประเทศไทย จำนวน 400 ร้าน โดยแบ่งตัวแทนจากพื้นที่เป้าหมายออกเป็น 5 กลุ่มๆ ละ 80 คน ประกอบด้วย จาก 1) กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ภาคกลางและภาคตะวันออก 3) ภาคเหนือ 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 5) ภาคใต้ รวมทั้งสิ้น 400 คน

#### 4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาคั้งนี้ เน้นเนื้อหาสำคัญของคุณลักษณะของร้านขายยาค้าปลีกแบบดั้งเดิม การศึกษาสภาพการแข่งขันโดยใช้ตัวแบบพลังผลักดัน 5 ประการ (Five Forces) ของ M.E. Porter การศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน โดย SWOT analysis และใช้กิจกรรมโดยตรง (Primary Activities) ในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของกิจการร้านขายยาค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในกระบวนการวิจัย

#### 4.3 ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยคั้งนี้ศึกษาในช่วง พ.ศ.2549 – 2553

## 5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 ร้านขายยาแบบดั้งเดิม หมายถึง ร้านขายยาที่จำหน่ายยาตามพระราชบัญญัติการควบคุมการขายยา ซึ่งมีสถานที่ตั้งอยู่ทั่วไป

5.2 ธุรกิจค้าปลีก หมายถึง ร้านค้าที่จำหน่ายยาตามความต้องการของลูกค้าชั้นสุดท้าย ซึ่งมีปริมาณแต่ละชนิดจำนวนน้อย

5.3 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ หมายถึง เจ้าของสถานประกอบการ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ดูแลกิจการแทน

## 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 ร้านขายยาแบบดั้งเดิมสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่ในการปรับตัวและรองรับการแข่งขัน

6.2 กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ นำผลการวิจัยไปกำหนดนโยบายสนับสนุนร้านค้าปลีก และดำเนินโครงการช่วยเหลือร้านขายยาแบบดั้งเดิม

6.3 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ได้นำผลการวิจัยไปพัฒนาในการเรียนการสอนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของการค้าปลีก และพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตการค้าปลีกและหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง